



Strategi

2027–2030

Samlet strateginotat · version 7

nord · juni 2025 · Foto: Line Beck

Formål og udfordringer

SAMLET STRATEGINOTAT · VERSION 7

Formål

Dette notat samler DVLs strategi for 2027–2030 i en enkel, prioriteret og sammenhængende ramme. Målet er at gøre retningen tydelig og gøre det lettere at vælge, hvad DVL især skal bruge kræfter på i de kommende år.

De centrale udfordringer 2027–2030

DVLs centrale udfordring i 2027–2030 er at skabe medlemsvækst og samtidig styrke afdelingerne og dermed foreningen. Det kræver høj grad af medlemstilfredshed, høj grad af trivsel blandt de frivillige, øget synlighed, flere lokale aktiviteter og en stærkere økonomi. Alt sammen for at sikre en organisation i balance, som kan understøtte de frivillige, afdelingerne og sekretariatet. Strategien skal derfor både sætte retning og hjælpe os med at prioritere vores indsatser og ressourcer.

Det gælder især balancen mellem **medlemsvækst, kvalitet i aktiviteterne, turlederrekruttering og frivillig trivsel**. Uden flere frivillige og bedre støtte til dem, der tager ansvar — herunder en stærkere vej ind i turlederrollen — bliver det svært både at skabe vækst, flere aktiviteter og større synlighed.

Udfordringen er derfor ikke at sætte flest mulige initiativer i gang. Udfordringen er at **vælge de indsatser, som kan gennemføres ret enkelt**, med tydelig arbejdsdeling mellem hovedbestyrelse, sekretariat og afdelinger. Indsatser der kan bredes ud, når vi kan se, at de virker i praksis.

Hvad er formålet med de kommende indsatser?

De kommende indsatser skal samlet set skabe medlemsvækst ved at styrke afdelingerne og foreningen. Det sker gennem seks sammenhængende temaer:

1 Synlighed

DVL som tydelig samfundsstemme om vandring, natur og sundhed — og naturligt valg for dem, der gerne vil gå og vandre. Synlighed dækker to spor: DVLs rolle i samfundsdebatten og den løbende markedsføring, der skal understøtte medlemsvækst og frivilligrekruttering.

2 Medlemsvækst

Op mod 10.000 medlemmer i 2030 ved at gøre det let og attraktivt at blive og blive ved.

3 Frivillighed

Stærke rammer og god støtte til de frivillige — med særligt fokus på turledere.

4 Organisationsudvikling

Tydelige roller, enklere arbejdsgange og bedre samarbejde på tværs.

5 Partnerskaber og projekter

Nye opgaver og ressourcer, der styrker DVLs mission og økonomi.

6 Stærkere økonomi

Et solidt grundlag med råderum til markedsføring, IT og fællesskabsaktiviteter.

Indsatsområdernes indbyrdes roller. De seks indsatsområder har ikke samme rolle. Synlighed og samfundsrolle, medlemsvækst og målgrupper samt frivillighed er vores fundament. Organisationsudvikling, nye opgaver gennem partnerskaber og projekter samt en stærkere økonomi er tværgående indsatser der sammen med vores kommunikation og markedsføring skal gøre de primære mål mulige og mere holdbare. Det betyder også, at turlederrekruttering og -udvikling skal ses som et vigtigt tværgående tiltag. Uden tilstrækkelig frivilligkapacitet og stærk kvalitet i aktiviteterne bliver det svært at skabe både medlemsvækst, lokal handlekraft og større synlighed.

Fælles principper for indsatserne

Vi prioriterer få udvalgte indsatser, som kan gennemføres og fungere i hele organisationen. Derfor arbejder vi efter seks fælles principper:

1 Valg og prioritering

I perioden 2027–2030 arbejder vi med prioriterede opgaver inden for de indsatsområder, som i den pågældende periode er vigtigst at løfte. Rækkefølge og omfang fastlægges ét år ad gangen.

2 Udbredelse af god praksis

Udbredelse af god praksis med fokus på sammenhængskraft: Vi lærer af hinanden — og gør det enkelt og genkendeligt på tværs af afdelinger og landsforening.

3 Start småt, skalér det, der virker

Pilotprojekter før bred udrulning.

4 Mål og målepunkter

Vi måler kun det, vi skal bruge til at forbedre og styre efter.

5 Fast rytme i opfølgning og kommunikation

Vi følger op og lærer undervejs i en månedlig, kvartalsvis eller halvårlig rytme med udgangspunkt i de mål og målepunkter, vi har vedtaget.

6 Tværgående kommunikation og markedsføring

Fælles budskaber, enkel kommunikation og målrettet markedsføring skal bruges aktivt til at understøtte medlemsvækst, frivillig rekruttering, synlig samfundsrolle og relevante partnerskaber.

Den fælles løftestang

TVÆRGÅENDE DRIVKRAFT

Kommunikation og markedsføring som tværgående drivkraft

Kommunikation og markedsføring er ikke et selvstændigt indsatsområde. Det er den fælles løftestang, der understøtter de andre mål — især synlighed, medlemsvækst og frivilligrekruttering. Derfor skal kommunikation og markedsføring have sin egen årlige handleplan og sit eget budget, så indsatsen er koordineret og konsistent på tværs af landsforening og afdelinger.

I PRAKSIS BETYDER DET

- Fælles fortælling og tone om DVLs formål, tilbud og fællesskab
- Målrettet markedsføring mod den primære målgruppe for rekruttering og fastholdelse
- Synlige historier om turledere, frivillige og det, vi lykkes med
- Kommunikation som aktiv kanal for turleder- og frivilligrekruttering
- Understøttelse af partnerskaber og projektsamarbejder

Kommunikation og markedsføring skal planlægges og koordineres centralt, men udføres i samspil med afdelingerne. Den lokale stemme er meget vigtig.

De 6 indsatsområder

MÅL OG STRATEGISKE AMBITIONER

Nedenfor beskrives kort mål og strategiske ambitioner for hvert indsatsområde. Tiltag inden for de valgte seks indsatsområder skal understøtte formålet ovenfor. For dem, der er særligt interesserede, findes der uddybende beskrivelser af hvert indsatsområde. Derudover udarbejdes årlige handleplaner for de områder og indsatser, der vælges og prioriteres.

1 Synlighed og samfundsrolle

MÅL

DVL skal være en synlig, relevant og troværdig samfundsstemme om vandring, adgang til natur og gode stier — samt et naturligt valg for frilftsbrugere, der gerne vil gå og vandre. Det skal understøttes af målrettet kommunikation og markedsføring.

Målet er at styrke DVLs legitimitet, gennemslagskraft og samarbejdsmuligheder — og samtidig understøtte medlemsvækst, frivillig rekruttering og partnerskaber.

STRATEGISK AMBITION FREM MOD 2030 — DVL SKAL I 2030 VÆRE:

- en kendt og respekteret stemme i spørgsmål om vandring, trivsel, stier, adgang til natur og friluftsliv
- en naturlig samarbejdspartner for kommuner, myndigheder, organisationer og relevante netværk
- en synlig samfundsaktør, som skaber medlemsværdi og stærkere lokal aktivitet
- det naturlige valg for frilftsbrugere, som gerne vil gå og vandre i fællesskab med andre

Ambitionen kan realiseres gennem tydelige mærkesager, fælles budskaber, relevante historier og en fast rytme i synlighed og opfølgning. Vi skaber et stærkt narrativ og en stærk synlighed bl.a. ved at fortælle de gode historier og ved at fortælle om succeserne.

2 Medlemsvækst og målgrupper

MÅL

DVL skal øge medlemstallet gennem bedre rekruttering, en stærk velkomst, højere medlemstilfredshed, højere deltagelse og bedre fastholdelse. Det er indsatser, der tilsammen styrker den gode medlemsrejse.

Målet er både vækst og kvalitet: Flere medlemmer skal opleve, at et medlemskab af DVL er et relevant, trygt og attraktivt fællesskab — at det er let at komme i gang, og at det giver værdi på mange måder at blive.

STRATEGISK AMBITION FREM MOD 2030 — DVL SKAL I 2030 HAVE EN MEDLEMSUDVIKLING, DER UNDERSTØTTER MÅLET OM 10.000 MEDLEMMER, BASERET PÅ:

- DVLs primære målgruppe er voksne med lyst til vandring og fællesskab
- bedre lokal og national rekruttering
- stærkere medlemsrejse fra interesse til tilknytning

Ambitionen kan ikke realiseres gennem markedsføring alene, men gennem et samspil mellem synlighed, gode første oplevelser, stærkere frivilligkapacitet og bedre fastholdelse af både nye og nuværende medlemmer.

3 Frivillighed som fundament

MÅL

DVL skal styrke engagement, fastholdelse og rekruttering blandt frivillige, så det er attraktivt, meningsfuldt og overskueligt at være med og bidrage i DVL. Særligt skal DVL styrke rekruttering, udvikling og fastholdelse af turledere som en vigtig kerneopgave.

Målet er både kvalitet og kapacitet: DVL skal have en bæredygtig frivilligindsats, der understøtter lokale aktiviteter, medlemsvækst og en stærk foreningskultur. Derfor skal vejen ind i nøglefrivilligroller — især rollen som turleder — gøres tydeligere og mere overskuelig. Vi skal synliggøre god praksis, også på dette område.

STRATEGISK AMBITION FREM MOD 2030 — DVL SKAL I 2030 HAVE EN FRIVILLIGINDSATS, DER ER KENDETEGNET VED:

- højere engagement og stærkere sammenhold blandt frivillige
- forbedret rekruttering og fastholdelse af frivillige
- en stærkere rekruttering af nye turledere og bedre støtte i overgangen til rollen
- tydeligere roller, forventninger og støtte
- klarhed i opgaver og samarbejde
- stærk lokal handlekraft evt. med støtte fra landsforeningen

Ambitionen kan realiseres gennem tydelige rammer, god onboarding, aktiv rekruttering og udvikling af turledere, anerkendelse af de frivilliges store indsats, støtte fra landsforeningen, udbredelse af god praksis og synlige fortællinger om det, vi lykkes med. Med god onboarding mener vi en stærk velkomst, en god introduktion og en tryk vej ind i fællesskabet.

4 Organisationsudvikling

MÅL

DVL skal styrke sin organisatoriske sammenhængskraft og samarbejdsevne, så foreningen kan løfte kerneopgaverne.

Målet er at skabe en mere robust og enkel organisation, hvor roller, arbejdsgange og prioriteringer understøtter medlemsvækst, frivilligtrivsel, samfundsrolle og partnerskaber. Indsatser skal kunne gennemføres med lav administrativ belastning og med tydelig arbejdsdeling mellem hovedbestyrelse, sekretariat og afdelinger.

STRATEGISK AMBITION FREM MOD 2030 — DVL SKAL I 2030 HAVE EN ORGANISATION, DER ER KENDETEGNET VED:

- tydelige roller, ansvar og samarbejdsflader mellem DVL på landsplan og afdelinger
- enklere arbejdsgange og enkel og nem administration
- fokus på udbredelse af god praksis på tværs af afdelinger — vi lærer af hinanden
- organisatoriske rammer, der gør det muligt at udvikle og drive relevant, indtægtsdækket virksomhed der understøtter DVLs formål
- en pragmatisk og anvendelig tilgang til bæredygtighed/ESG
- markedsføring og kommunikation tænkt ind som fælles understøttende funktion

Ambitionen kan realiseres gennem udvalgte fælles initiativer, tydelig prioritering, mere samarbejde på tværs og gradvis opbygning af kapacitet, hvor det giver mest værdi.

5 Nye opgaver gennem partnerskaber og projekter

MÅL

DVL skal udvikle nye opgaver og styrke den samlede organisation gennem partnerskaber og projekter, når det tydeligt styrker mission, kvalitet, synlighed og økonomi.

Målet er at skabe nye muligheder, ressourcer og læring uden at overbelaste organisationen — og samtidig bruge partnerskaber og projekter til at styrke DVLs samfundsrolle, medlemsværdi og organisatoriske kapacitet.

STRATEGISK AMBITION FREM MOD 2030 — DVL SKAL I 2030 HAVE EN PARTNER- OG PROJEKTINDSATS, DER ER KENDETEGNET VED:

- tydelig prioritering af partnerskaber og projekter med høj relevans for DVL
- stærk evne til at vælge, modne og gennemføre projekter
- stærk kobling mellem projekter og DVLs kerneopgaver
- flere eksterne ressourcer og samarbejder, der styrker kvalitet og kapacitet
- projekter og partnerskaber, der også kan bidrage til at styrke sekretariatets funktion og læring
- klar styring af projekter, hvad angår ansvar, økonomi og opfølgning

Ambitionen kan realiseres gennem strategisk prioriterede partnerskaber og projekter med tydelig sammenhæng til DVLs mission og med respekt for de samlede ressourcer — både frivillige og økonomiske.

Tværgående · fortsat

6 Stærkere økonomi

MÅL

DVL skal sikre en robust og bæredygtig økonomi, der giver større handlefrihed og mindre sårbarhed. DVL skal udvikle indtægtskilder ud over medlemskontingentet med fuld respekt for DVLs mission, værdier og frivillige organisering.

Målet med at styrke økonomien er både stabilitet og udviklingskraft. DVL skal styrke den løbende økonomi og skabe grundlag for et rimeligt økonomisk råderum — som minimum nok til at dække de nødvendige udgifter til markedsføring, løbende opgradering af IT og initiativer der kan understøtte fællesskabet.

STRATEGISK AMBITION FREM MOD 2030 — DVL SKAL I 2030 HAVE EN ØKONOMI, DER ER KENDETEGNET VED:

- en god balance mellem medlemskontingenter, relevante betalingstilbud og ekstern finansiering
- tydelig prioritering af, hvad der er drift, og hvad der er udvikling
- enkle fælles standarder for betalinger, økonomistyring og administrativ opfølgning
- mindre økonomisk sårbarhed og større handlefrihed

Ambitionen kan realiseres gennem få prioriterede indtægtskilder, tydelige rammer, enkel administration og løbende økonomisk opfølgning.

Sammenhængen. Synlighed, medlemsvækst og frivillighed er vores fundament. Organisationsudvikling, partnerskaber og projekter samt en stærkere økonomi gør sammen med kommunikation og markedsføring de primære mål mulige og mere holdbare.

PRIORITERING

Anbefalet retning

DVL skal i 2027–2030 prioritere skarpt — og turde sige nej.

VI STARTER MED

Frivilligkapacitet og medlemsrejsen

Turlederrekruttering og -udvikling samt en god velkomst til nye medlemmer er forudsætningen for alt andet.

Det giver de bedste forudsætninger for både medlemsvækst, stærkere lokale fællesskaber og større synlighed.

VI SAMLER

Synlighed, kommunikation og markedsføring

Fælles budskaber, et enkelt årshjul og få prioriterede målgrupper skal erstatte spredte og ukoordinerede indsatser, så DVL står tydeligere udadtil og gør det lettere både at rekruttere medlemmer, tiltrække frivillige og indgå relevante partnerskaber.

VI SIGER BEVIDST NEJ TIL

Spredte og parallelle initiativer

Mange parallelle initiativer og partnerskaber og nye indtægtskilder, der ikke tydeligt styrker kerneopgaven, eller som gør organisationen unødigt kompleks.

” Samlet peger det på en strategi, hvor DVL først styrker det, der gør vækst og kvalitet muligt, og derefter breder det ud, som virker i praksis.

Næste skridt i 2027

FRA STRATEGI TIL HANDLING

Strategien bør i 2027 omsættes til få, tydelige første skridt:

1 Vælg 2–3 fælles prioriterede indsatser

For året, inden for hvert tema: medlems- og turlederrejsen samt øget synlighed både lokalt og på landsplan.

2 Fastlæg en enkel rolle- og arbejdsdeling

Mellem hovedbestyrelse, sekretariat og afdelinger for de valgte indsatser.

3 Definér få fælles målepunkter

For medlemsudvikling, medlemstilfredshed, frivilligtrivsel, turlederrekruttering, lokale aktiviteter og synlighed.

4 Igangsæt 2–3 pilotforløb

Før større udrulning, så erfaringer kan omsættes til enkel praksis.

5 Saml kommunikation og markedsføring

I fælles budskaber, et enkelt årshjul og den prioriterede målgruppe.

6 Fastlæg kriterier for partnerskaber

For hvilke partnerskaber, projekter og indtægtsinitiativer DVL vil prioritere — og hvilke man bevidst vil fravælge.



Foto: Lise Beck

Strategi 2027–2030

Samlet strateginotat — arbejdsgrundlag for hovedbestyrelse, sekretariat, afdelinger og ansatte i Dansk Vandrelaug. Strategien sætter retning og hjælper os med at prioritere vores indsatser og ressourcer frem mod 2030.

dvl.dk